

ДЕФИЦИТ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ НА РЫНКЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ В РОССИИ

Танащук И. В., студент ВФ ГОУ МГИУ

Проблема, грозящей в скором времени перерасти в очень большую — дефицит квалифицированных кадров на рынке автосервисных услуг. Стремительно растущий автопарк, все более и более усложняющиеся "начинка" автомобиля, диагностика и ремонтные технологии — все это напрямую связано с вопросом кадров. Практически все руководители автосервисных предприятий признают, что есть дефицит по таким профессиям, как автослесарь, диагностик, и то, что старая система воспитания молодых трудовых ресурсов "пожилой мастер — молодой подмастерье" сегодня практически не работает, знаний уже не хватает. Причины такой ситуации следует искать в самой системе автобизнеса, стихийно сложившейся на территории постперестроечной России, в определенном консерватизме учебных заведений, в неудовлетворительной материально-технической базе как вузов, так и автосервисных предприятий, но гораздо важнее и эффективнее для общества искать пути устранения этих причин.

Кадры — основной капитал предприятия. Если оно располагает квалифицированными и старательными исполнителями, то можно считать это большой удачей.

Перспективное планирование кадрового состава — одна из важнейших управленческих функций.

Большие затраты, связанные с приемом на работу и адаптацией вновь принятых, требуют выработки правильной методики подбора кадров, позволяющей организовать целенаправленный поиск подходящих претендентов.

Для решения кадровых проблем российские дилеры зарубежных автокомпаний приглашают к себе на практику и стажировку студентов технических вузов в расчете на то, что кто-то из них придет к ним на работу. Эти расчеты оправдываются, тем более, что уровень зарплаток в этих фирмах довольно высок.

Сейчас практически нет благополучных фирм, у которой нет своего учебного центра или класса для подготовки и переподготовки работников. В одной из отечественных компаний, действующей на авторынке, на обучение одного работающего приходится около 300 часов в год. Тот факт, что правильная кадровая политика и корпоративная культура дает основной прибавочный продукт, в автодилерских компаниях особенно хорошо почувствовали, когда во время кризиса продажи машин упали наполовину, а доходы удалось сохранить на уровне рентабельности. Концепция подготовки

кадров, реализуемая автокомпаниями, поддерживает квалификацию персонала, занятого в автосервисе, на уровне требований рынка и престижа машин. Объем и сложность учебной подготовки определяются с ориентацией на обслуживание клиентов различных категорий. Тщательное планирование — важное условие для получения желаемого эффекта от вложения средств в подготовку кадров.

Существуют три мотивационные составляющие. Первая — вера подчиненных в то, что их усилия повлияют на результат; вторая — уровень зарплат и комиссионных и третья — нематериальные стимулы. Но при этом у каждого свои ожидания и надежды, связанные с работой.

Система оплаты должна быть как можно проще и понятнее. Система может усложниться, если она будет вознаграждать сотрудника в зависимости от его достижений по нескольким направлениям. Полностью фиксированная зарплата привлекательна для неуверенных в себе и ленивых сотрудников, а для предприимчивых и способных такая зарплата нежелательна, так как она устанавливает для них несправедливый потолок вознаграждения.

Лояльность - уважение к властям и верность действующим законам. Кроме того, лояльность всегда предполагает терпимость или, говоря языком науки и публицистики, - толерантность.

Тревожатся в наши дни по поводу лояльности персонала, из-за того что растет роль персонала на производстве. В 1970-е г. XX в. прокатилась волна автоматизации, в 80-е г. прошлого столетия настал «золотой век» ЭВМ/ПК. Несмотря на бесспорные качества умных машин, главным остается человек, офисный работник. Служащие фирм, как правило, имеют высшее образование, знают иностранные языки, умеют обращаться с факсом, ксероксом и т. д. Это понятно. С возросшим уровнем производства несовместима нужная квалификация рабочей силы.

Возможности решения кадровой проблемы на рынке автосервисных услуг, - инвестиции в образование, создании программ мотивирования и лояльности персонала.

Литература

1. Волгин В.В Автосервис: структура и персонал: Практическое пособие. - Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2004.-711с.
2. Периодическая литература: Журнал «Управление персоналом».
3. Интернет: